

## **S t e l l u n g n a h m e**

**der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main e.V.  
(kurz: Wettbewerbszentrale)**

**zum Vorschlag für eine Richtlinie zur Änderung der RL 93/13/EWG, der RL 98/6/EG, der RL 2005/29/EG sowie der RL 2011/83/EU zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der EU-Verbrauchervorschriften (COM(2018) 185 final), kurz RL-V 2018/185**

Die Europäische Kommission hat am 11. April 2018 unter dem Begriff eines sogenannten „New Deals for Consumers“ zwei Richtlinienvorschläge veröffentlicht (COM(2018) 185 final und (COM(2018) 184 final). Gegenstand des RL-V 2018/185 sind nicht nur punktuelle Änderungen des materiellen Rechts (insbesondere in Bezug auf die RL 2005/29/EG und die RL 2011/83/EU), sondern zusätzlich neue Vorgaben in Bezug auf die zu verhängenden Sanktionen sowie zur Einführung individueller Rechtsbehelfe für Verbraucher.

Beide Richtlinienvorschläge der EU-Kommission betreffen unmittelbar die Durchsetzung des wirtschaftlichen Verbraucherschutzes und berühren damit die seit über 100 Jahren ausgeübte Kerntätigkeit der Wettbewerbszentrale.

### **I. Vorstellung der Wettbewerbszentrale**

Die Wettbewerbszentrale ist eine unabhängige und branchenübergreifende, 1912 gegründete Institution der Wirtschaft, die die Eigenverantwortung der Wirtschaft in Wettbewerbsfragen fördert. Sie ist als klagebefugte Einrichtung neben § 8 Abs. 3 Nr. 2 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) auch nach § 3 Abs. 1 Nr. 2 Unterlassungsklagengesetz (UKlaG) berechtigt, Unterlassungsansprüche geltend zu machen und vor Gericht durchzusetzen. Die Wettbewerbszentrale leistet darüber hinaus Rechtsberatung für ihre Mitglieder, bei der sie als spezialisierter Dienstleister in Wettbewerbsfragen tätig wird. Zu ihren Aufgaben gehört auch die Unterstützung des nationalen und europäischen Gesetzgebers als neutraler Berater bei der Gestaltung der wettbewerbsrechtlichen Rahmenbedingungen. Getragen wird die gemeinnützige Organisation von mehr als 1.200 Unternehmen und über 800 Kammern und Verbänden der Wirtschaft. Sie finanziert sich allein aus der Wirtschaft heraus und erhält keine öffentlichen Mittel.

Bei Verstößen gegen Verbraucherschutzvorschriften wird die Wettbewerbszentrale in der Regel im Wege der Abmahnung tätig, um das rechtswidrige Verhalten eines Unternehmers schnell, effektiv und außergerichtlich abzustellen. Sofern eine gütliche Einigung nicht erzielt werden kann, nutzt sie das Instrument der Unterlassungsklage, das in Art. 2 Richtlinie 2009/22/EG geregelt ist.

Aus dieser Praxiserfahrung heraus nimmt die Wettbewerbszentrale zum RL-V 2018/185 wie folgt Stellung.

## **II. Vorschlag für eine Richtlinie zur Änderung der RL 93/13/EWG, der RL 98/6/EG, der RL 2005/29/EG sowie der RL 2011/83/EU zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der EU-Verbrauchervorschriften (COM(2018) 185 final)**

Wir begrüßen die in der Vergangenheit durchgeführten Konsultationen zwecks Eignungsprüfung der bestehenden Verbraucher- und Marketingvorschriften und sind wie die Kommission der Auffassung, dass sich die meisten bestehenden Vorschriften in der Praxis bewährt haben. Die Kommission ist jedoch zu dem Ergebnis gelangt, dass die Rechtsdurchsetzung verbessert werden müsste und schlägt zudem an einzelnen Stellen Änderungen des materiellen Rechts vor.

### **1. Art. 1: Änderung der RL 2005/29/EG – UGP-RL**

#### **a) Art. 11 a (individuelle Rechtsbehelfe für Verbraucher)**

In Bezug auf die UGP-RL soll ein neuer Art. 11a eingeführt werden, um individuelle vertragliche sowie außervertragliche Rechtsbehelfe des Verbrauchers zu begründen. Ziel ist es also, dem Verbraucher ein eigenes Instrument für den Fall an die Hand zu geben, dass er durch eine unlautere Geschäftspraktik geschädigt wurde. Differenziert wird dabei zwischen vertraglichen und nicht-vertraglichen Rechtsbehelfen.

#### **aa) Fehlende Rechtssetzungskompetenz**

Mit der in Art. 11 a vorgeschlagenen Regelung überschreitet die Europäische Union ihre Rechtssetzungskompetenz. Sämtliche in den Richtlinienvorschlägen gemachten Regelungen werden auf Art. 114 AEUV gestützt und setzen damit voraus, dass sie erforderlich sind, um das Funktionieren des Binnenmarktes zu gewährleisten. Im konkreten Fall ist jedoch nicht erkennbar, inwieweit die bisher nicht vorhandene Angleichung individueller vertraglicher sowie außervertraglicher Ansprüche von Verbrauchern bei unlauteren Geschäftspraktiken das Funktionieren des Binnenmarktes behindert hätte.

Bislang oblag es zu Recht ausschließlich den Mitgliedstaaten zu entscheiden, wann und unter welchen Voraussetzungen Gewährleistungsrechte und Schadensersatzansprüche dem einzelnen Verbraucher im Zusammenhang mit unlauteren Geschäftshandlungen zugesprochen werden können. Konkrete Nachteile unterschiedlicher nationaler Regelungen wurden bislang nicht vorgetragen. Ein zwingender Harmonisierungsbedarf im Hinblick auf individuelle Rechtsbehelfe ist somit nicht zu erkennen.

Im Ergebnis halten wir die aktuelle Regelung zur Rechtsdurchsetzung in Art. 11 für ausreichend und angemessen, wonach die Mitgliedstaaten bereits sichergestellt haben sollten, dass unlautere Geschäftspraktiken unverzüglich beseitigt werden können. Dies geschieht zum Vorteil des Verbrauchers – je nach Rechtstradition des Mitgliedsstaates – entweder durch Verbandsklagen (insb. Wirtschafts- und Verbraucherverbände) oder durch behördliche Maßnahmen. Darüber hinaus steht es den Mitgliedstaaten frei, dem Verbraucher eigene zivilrechtliche Instrumente an die Hand zu geben. Derart austarierte Systeme sollten nicht durch eine nicht erforderliche Harmonisierung individueller Rechtsbehelfe auf EU-Ebene konterkariert werden.

Eine etwaige Schutzlücke ist jedenfalls in Deutschland nicht gegeben. So bestehen für Verbraucher nach deutschem Recht bereits zivilrechtliche Ansprüche. Zu nennen sind insbesondere die Anfechtung nach § 119 BGB (Anfechtbarkeit wegen Irrtums) und § 123 BGB (Anfechtbarkeit wegen Täuschung oder Drohung) sowie Schadensersatzansprüche nach § 823 BGB sowie § 280 BGB (Schadensersatz wegen Pflichtverletzung beim Kauf), die sogar – je nach Sachverhalt - nach der zum 01.11.2018 geplanten Musterfeststellungsklage gebündelt werden könnten, um dem Verbraucher das Prozessrisiko abzunehmen.

## **bb) Inhaltliche Mängel der Regelung**

Unabhängig von der Frage der Rechtssetzungskompetenz und des fehlenden Regelungsbedürfnisses sind auch der Regelungsgehalt der Norm sowie die Auswirkungen für die Praxis kritisch zu beleuchten.

Die Vorschrift zielt unter anderem darauf ab, dass eine unlautere Geschäftshandlung (z. B. Irreführung, Verletzen einer Infopflicht, Verstoß gegen den Anhang I) im Falle eines Vertragsschlusses dazu führen soll, dass dem Verbraucher ein einseitiges Vertragsauflösungsrecht zusteht. Voraussetzung soll nach Art. 11 a sein, dass der Verbraucher „durch solche unlauteren Geschäftshandlungen geschädigt wurde“. **Völlig offen bleibt dabei, wie ein „Schaden“ zu definieren ist und welche Voraussetzungen an den ursächlichen Zusammenhang zwischen der unlauteren Geschäftshandlung und dem entstandenen Schaden zu knüpfen sind.** Dies zeigen folgende Beispiele:

Beispiel 1: Ein Unternehmer A wirbt im Rahmen einer Zeitungsanzeige unter der Hervorhebung besonderer Preisvorteile für eine Geschäftsschließung, obwohl eine Geschäftsschließung nicht

beabsichtigt ist (Verstoß gegen Nr. 15 des Anhangs I zu Art. 5 Abs. 5). Ein Verbraucher kauft im Rahmen des „Räumungsverkaufs“ einen Sonnenschirm zu einem beworbenen reduzierten Preis von 20,-. Am Tag nach dem Einkauf sieht er, dass Anbieter B genau diesen Sonnenschirm für 15,- verkauft. 2 Wochen später stellt der Verbraucher fest, dass Anbieter A sein Geschäft nicht geschlossen hat, sondern weiterbetreibt. Der Schirm wird nun vom Anbieter A zu dem von ihm ursprünglich (vor dem „Räumungsverkauf“) verlangten Verkaufspreis von 25,- verkauft. Eine unlautere Geschäftshandlung seitens des Anbieters A liegt vor (Täuschung über Geschäftsaufgabe). Aber hat der Verbraucher einen Schaden erlitten (er hätte den Schirm anderweitig 5,- günstiger erwerben können)? Und wenn ja, war die Täuschung kausal für den Schaden?

Beispiel 2: Ein Telefonanbieter wirbt im Internet für den Abschluss eines Telefonvertrags mit einer Laufzeit von 24 Monaten zu monatlich 19,90. Ein Verbraucher sucht daraufhin ein Geschäftslokal des Anbieters auf und wird dort darüber aufgeklärt, dass zusätzlich eine einmalige Grundgebühr i.H.v. 50,- zu zahlen ist (Verstoß gegen Art. 7 Abs. 4c – Irreführung über den Preis durch Unterlassen).

Variante a): In Kenntnis des tatsächlichen Gesamtpreises schließt der Verbraucher den Vertrag ab. Kann der Verbraucher nun aufgrund der irreführenden Handlung vom Vertrag zurücktreten, obwohl er den Vertrag in Kenntnis der Zusatzgebühr abgeschlossen und damit bewusst eine privatautonome Entscheidung getroffen hat? Oder hat der Verbraucher einen Schaden in Höhe von 50,- erlitten?

Variante b): Der Verbraucher entscheidet sich daraufhin gegen den Abschluss des Vertrages. Ist ihm nun aufgrund des fehlenden Vertragsabschlusses ein kausaler Schaden entstanden? Wenn ja, wie ist dieser zu berechnen? Zielt der RL-V ausschließlich auf materielle oder auch immaterielle Schäden ab (z. B. investierte Zeit)?

In diesem Zusammenhang sei angemerkt, dass sich aus guten Gründen **unterschiedliche Haftungsmaßstäbe** für unterschiedliche Sachverhalte entwickelt haben, was seitens der EU-Kommission im RL-Vorschlag **nicht ausreichend berücksichtigt** wird. Für Verstöße gegen die UGP-RL haften Unternehmen verschuldensunabhängig, d.h. auch eine nicht beabsichtigte Irreführung löst richtigerweise Unterlassungsansprüche aus. Beim Schadensersatz gilt jedoch der Grundsatz „Keine Haftung ohne Verschulden!“ Werden nun an eine unlautere Geschäftspraktik unmittelbar Schadensersatzansprüche geknüpft, werden hier Grenzen verwischt. Will die Kommission also nicht durch die Hintertür einen Strafschadensersatz einführen, sollten individuelle vertragliche oder außervertragliche Ansprüche nicht an eine unlautere Geschäftspraktik geknüpft werden, zumal nicht erkennbar ist, wie die Kommission den Begriff des Schadens definiert und in welchem Verhältnis die angedachten individuellen Rechtsbehelfe der Verbraucher zu der Verbrauchsgüterkauf-RL (RL 99/44/EG) stehen sollen.

In der Praxis würde durch die vorgeschlagene Regelung erhebliche Rechtsunsicherheit entstehen, ohne dass dem der von der Regelung intendierte Vorteil gegenüberstünde.

**Fazit:** Individuelle Rechtsbehelfe des Verbrauchers sollten nicht auf europäischer Ebene geregelt oder harmonisiert werden, da es bereits Möglichkeiten gibt, geschädigten Verbrauchern Abhilfe zu leisten: Zu nennen sind jedenfalls für Deutschland zunächst individuelle vertragliche und deliktische Schadensersatzansprüche des Verbrauchers. Zudem können Verträge gekündigt oder unter bestimmten Voraussetzungen angefochten werden (§ 119 und § 123 BGB), was zu einer Lösung aus dem Vertrag führt. Eine weitere Regelung im Wettbewerbsrecht/Verbraucherschutzrecht ist nicht erforderlich, ebenso wenig eine europäische Harmonisierung.

## b) Art. 13 (Sanktionen)

In Bezug auf Sanktionen soll Art. 13 dahingehend modifiziert werden, dass bestimmte Kriterien bei „der Entscheidung über die Verhängung einer Sanktion und über deren Höhe“ zu berücksichtigen sind. Die Absätze 3, 4 und 5 legen fest, dass in bestimmten Fällen (z.B. bei weitverbreiteten Verstößen - also nach Inkrafttreten der Geoblocking-VO bei jeder Internetwerbung) die Verhängung von Geldbußen möglich sein muss.

Richtig und wichtig ist, dass alle Mitgliedstaaten Sanktionen festlegen, die wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sind. Kurz gesagt: die Rechtsdurchsetzung muss funktionieren! Die Kommission berücksichtigt bei ihren Vorschlägen jedoch nicht in ausreichender Weise, dass sich über die Jahrzehnte ganz **unterschiedliche Durchsetzungssysteme in Europa gebildet** haben. In vielen Mitgliedstaaten werden Behörden tätig, in anderen Mitgliedstaaten wie Deutschland und Österreich hat sich ein effizientes privatrechtliches Durchsetzungssystem etabliert, das nahezu ohne Behördenstrukturen und Steuergelder Verstöße gegen das Verbraucherschutzrecht schnell unterbinden kann und im Übrigen nach dem EU Consumer Conditions Scoreboard 2017 in Sachen Rechtsdurchsetzung und Verbrauchervertrauen sehr gut abgeschnitten haben. Diese private Rechtsdurchsetzung geschieht meist außergerichtlich: Nach entsprechender Beanstandung und Aufforderung verpflichtet sich im Falle eines Verstoßes der Wettbewerbsverletzer zur Unterlassung der beanstandeten Geschäftspraktik. Für den Fall der Nichteinhaltung dieser Verpflichtung wird eine Vertragsstrafe vorgesehen, die im Wiederholungsfall seitens des Verletzers zu zahlen ist. Diese außergerichtliche Durchsetzung von Unterlassungsansprüchen führt dazu, dass Verstöße schnell ausgeräumt und Folgen beseitigt werden. Dazu gehört: die Änderung der Werbung, Entfernung von unzulässigen Allgemeinen Geschäftsbedingungen, das Abstellen von bestimmten Handlungen oder gar ein Vertriebsverbot, wenn Wettbewerbsverstöße sich etwa auf nicht rechtskonforme Produkte beziehen (siehe unsere News vom 02.05.2016 zum Vertriebsverbot von LED-Leuchten, abrufbar unter [https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/\\_news/?id=1700](https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=1700)). Erst wenn außergerichtlich

Unterlassungsansprüche nicht durchgesetzt werden, können zivilrechtliche Unterlassungsklagen durch bestimmte Verbände erhoben werden. Wird ein Urteil missachtet, kann bei Gericht die Verhängung eines Ordnungsgeldes oder einer Ordnungshaft beantragt werden.

Die zwingende Schaffung einer (zusätzlichen) Behörde, die zwecks Erhebung von Bußgeldern notwendig wäre, würde ohne jegliche Not einen Paradigmenwechsel für Deutschland bedeuten und dürfte ohnehin nicht von der Gesetzeskompetenz der Europäischen Union gedeckt sein. Für die in Art. 13 Abs. 4 genannten weitverbreiteten Verstöße mit Unions-Dimension besteht ohnehin kein Regelungsbedarf, da die sogenannte CPC-VO diese Fälle bereits ausreichend abdeckt. Eine zusätzliche Regelung auf nationaler Ebene überschreitet die Gesetzgebungskompetenz der Europäischen Union. Zudem birgt die Regelung die **Gefahr einer Schwächung der bestehenden und funktionierenden nationalen Systeme** und der Schaffung von Rechtsunsicherheit. **Die geplante Angleichung der Sanktionen zur Verhängung von Bußgeldern ist daher abzulehnen.**

Hinzu kommt, dass die betroffenen Richtlinien zahlreiche **unbestimmte Rechtsbegriffe** enthalten (z. B. der Begriff der „wesentlichen Merkmale“ in Art. 6 Abs. 1 b und Art. 7 Abs. 4 Nr. 1 der RL 2005/29/EG sowie Bestimmungen in Art. 3 und 5 der RL 93/13/EWG). Der Regelungsgehalt einzelner Normen ist für Unternehmer daher nicht zwingend erkennbar und Verstöße somit nicht vorhersehbar. Eine Bestrafung nicht erkennbarer Verstöße mittels Geldbuße wäre im hohen Maße unangemessen. Dies gilt auch für Verstöße gegen reine Informationspflichten. Über Art. 7 Abs. 5 der RL 2005/29/EG wären nach dem aktuellen Vorschlag der Kommission jedoch sämtliche im Gemeinschaftsrecht verankerten Informationspflichten bußgeldbewehrt, obwohl zahlreiche Informationspflichten nachgewiesenermaßen für den Verbraucher keinen Mehrwert bieten (z. B. die Angabe der Handelsregisternummer im Impressum). **Die angedachte Regelung ist somit unverhältnismäßig und wirtschaftshemmend.**

**Fazit:** Es liegen keine ausreichenden Anhaltspunkte dafür vor, dass die im Detail unterschiedlichen Regelungen von Sanktionen innerhalb der Mitgliedstaaten zu Problemen für Verbraucher oder Unternehmen führen. Wichtig ist ausschließlich, dass wirksame Sanktionsmöglichkeiten bestehen. Hierfür sorgen bereits die Unterlassungsklagen-RL (RL 2009/22/EG) als auch die UGP-RL (RL 2005/29/EG). Sollten einzelne Mitgliedstaaten die bereits zur Verfügung stehenden Mechanismen zur effizienten Bekämpfung von Verstößen gegen das Verbraucherschutzrecht nicht ausreichend anwenden, sollten hier gezielte Hilfestellungen erteilt werden, um den gewünschten Effekt zu erzielen, statt mit einem neuen Rechtsakt funktionierende Systeme ins Ungleichgewicht zu bringen, was sich innovationshemmend und binnenmarktfeindlich auswirken kann.

## 2. Art. 2: Änderung der RL 2011/83/EU - VRRL

### a) Art. 6 Abs. 1c (Infopflichten)

Die in Art. 6 Abs. 1c verankerten Informationspflichten zum Anbieter einschließlich seiner Kontaktdaten sollen modifiziert werden. Wie schon in unserer Stellungnahme zur EU-Konsultation „Fitness Check des europäischen Verbraucherschutz- und Marketingrechts“ (August 2016) gefordert, sollten Mehrfachregelungen bzw. überschneidende Regulierungen mit unterschiedlichen Begrifflichkeiten vermieden werden, um Rechtsunsicherheiten zu vermeiden. Ein solches Ergebnis ist jedoch nach wie vor nicht zu erkennen. Dies zeigen die nachfolgenden Ausführungen.

Die Angabe von Identität und Anschrift des Anbieters bzw. werbenden Unternehmens wird derzeit nach mehreren Vorschriften gefordert:

- Art. 7 Abs. 4 b) RL über unlautere Geschäftspraktiken (2005/29/EWG)
- Art. 5 Abs. 1 b), Art. 6 Abs. 1 b), c) RL über die Rechte der Verbraucher, VRRL (2011/83/EU)
- Art. 5 Abs. 1 E-Commerce-RL (2000/31/EG)
- Art. 22 Abs. 1 a) Dienstleistungsrichtlinie (2006/123/EG): Name des Dienstleistungserbringers
- Sektorspezifisch z.B. Art. 3a Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste 2007/65/EG: Name und Anschrift des Mediendienstanbieters

Die Informationspflicht im RL-V 2011/83/EU verlangt vom Anbieter die Angabe der „Telefonnummer, E-Mail-Adresse oder sonstige Online-Kommunikationsmittel, die gewährleisten, dass der Verbraucher...“. Bislang hat der Anbieter „gegebenenfalls seine Telefonnummer, Faxnummer und E-Mail-Adresse“ anzugeben.

In Art. 5 Abs. 1 der E-Commerce-RL (2000/31/EG) sind „Angaben, die es ermöglichen, schnell mit dem Diensteanbieter Kontakt aufzunehmen und unmittelbar und effizient mit ihm zu kommunizieren, einschließlich seiner Adresse der elektronischen Post“ zu machen.

Nun fragt es sich, ob mit dem Wegfall des Wortes „gegebenenfalls“ zukünftig zwingend eine Telefonnummer anzugeben ist oder ob es ausreicht, mindestens eine der drei genannten Kontaktoptionen (Telefon, E-Mail, sonstiges Online-Kommunikationsmittel) anzugeben, um den Informationserfordernissen zu genügen. Unabhängig davon, wie diese Frage beantwortet wird, weichen die in RL-V 2011/83/EU und der E-Commerce-RL verankerten Informationspflichten weiterhin voneinander ab. Die E-Commerce-RL verlangt nämlich in jedem Fall zwingend die Angabe der E-Mail-Adresse. Hinzu kommt die Pflicht der Angabe einer weiteren Kontaktmöglichkeit (z.B. Online-Kontaktformular oder Telefonnummer oder Faxnummer).

Um Rechtsunsicherheiten zu vermeiden sollten jedoch die in der E-Commerce-RL und der VRRL verankerten Informationspflichten zu den Kontaktmöglichkeiten im Gleichklang sein. Dieses Ziel erreicht die aktuell vorgeschlagene Regelung nicht, weshalb eine Nachbesserung angeregt wird.

## **b) Art. 6a (Online-Marktplätze)**

Durch die Einfügung eines neuen Art. 6a sollen spezifische Informationspflichten für Online-Marktplätze geschaffen werden. Dazu zählen u.a. die Hauptparameter für das Ranking (Art. 6a lit. a). Offen bleibt allerdings dabei, wie die „Hauptparameter“ zu definieren sind. Reicht die Aufklärung, dass die Suchergebnisse beispielsweise nach Preis, Region oder Aktualität aufgelistet werden oder welche Parameter hat die Europäische Kommission vor Augen? Hier sollte mehr Rechtsklarheit geschaffen werden. Die Regelung darf jedenfalls nicht dazu führen, dass Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse offengelegt werden müssen.

Nach Art. 6 a lit. b) ist seitens der Plattform anzugeben, ob es sich bei dem Drittanbieter um einen Unternehmer handelt oder nicht. Gemäß Art. 6 a lit. c) ist ferner seitens der Plattform darauf hinzuweisen ob die europäischen Verbraucherrechte auf den Drittvertrag Anwendung finden. Mit diesen Informationspflichten wird für den Verbraucher kein Mehrwert erzielt, da der Anbieter selbst nach bereits existierenden Vorschriften (UGP-RL und VRRL) nicht nur über seine Unternehmereigenschaft, sondern auch über die Anwendung des EU-Verbraucherrechts aufklären muss. Hier erschließt es sich daher nicht, weshalb die Plattform zusätzlich die bereits zu erfüllenden Informationspflichten wiederholen soll, zumal die Plattform im Zweifel nur die Angaben des Anbieters selbst übernehmen kann, ohne im Einzelfall die Richtigkeit überprüfen zu können. Es erscheint daher unverhältnismäßig, die Plattform letztendlich für falsche Informationen des Anbieters einstehen zu lassen. Wir regen daher an, die Regelungen in Art. 6 a lit b) und c) zu streichen.

## **c) Entlastungen für Unternehmen**

Die vorgeschlagenen Änderungen zu Art. 8 Abs. 4 (erleichterte Informationspflichten bei begrenztem Raum), Art. 13 Abs. 3 (Rückzahlung des Kaufpreises erst nach Erhalt der Ware), Art. 16 lit. n (Erweiterung der Ausnahmen vom Widerruf) werden begrüßt.

## **d) Art. 24 (Sanktionen)**

Aus den bereits unter Ziffer II 1b) ausgeführten Gründen wird die zwingend vorgeschriebene Sanktionierung durch Bußgelder abgelehnt. Es sollte weiter im Ermessen der Mitgliedstaaten stehen, welche wirksamen und abschreckenden Sanktionen den zuständigen Stellen zur Verfügung stehen. Die Änderungen zu Art. 24 sind daher abzulehnen.

### 3. Art. 3: Änderung der RL 93/13/EWG – AGB-Recht

Art. 8b (Sanktionen)

Aus den bereits unter Ziffer II 1b) ausgeführten Gründen wird die zwingend vorgeschriebene Sanktionierung durch Bußgelder abgelehnt. Es sollte weiter im Ermessen der Mitgliedstaaten stehen, welche wirksamen und abschreckenden Sanktionen den zuständigen Stellen zur Verfügung stehen. Die Änderungen zu Art. 8b sind daher abzulehnen.

### 4. Art. 4: Änderung der RL 98/6/EG - Preisangaben

Art. 8 (Sanktionen)

Aus den bereits unter Ziffer II 1b) ausgeführten Gründen wird die zwingend vorgeschriebene Sanktionierung durch Bußgelder abgelehnt. Es sollte weiter im Ermessen der Mitgliedstaaten stehen, welche wirksamen und abschreckenden Sanktionen den zuständigen Stellen zur Verfügung stehen. Die Änderungen zu Art. 8 sind daher abzulehnen.

Berlin, den 20. Juni 2018

#### **Kontakt:**

Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main e. V.,  
Büro Berlin  
Jennifer Beal und Dr. Wolfgang Nippe  
Nürnberger Straße 49  
10789 Berlin

Telefon: 030-3265656

Telefax: 030-3265655

E-Mail: [berlin@wettbewerbszentrale.de](mailto:berlin@wettbewerbszentrale.de)

Internet: [www.wettbewerbszentrale.de](http://www.wettbewerbszentrale.de)